



Online ISSN: 2717-2325

Journal of Geographical Studies of Mountainous Areas

journal homepage: <http://www.gsma.lu.ac.ir>



Research Paper

Identification and Analysis of Factors Influencing the Competitive Advantage and Attractiveness of Ecolodges (Case Study: Torghabeh and Shandiz County)

Hamdollah Sojasi Qeidari ^a, Najmeh Allah Beigi moghadam ^{b*}, Hamideh. Molaei ^c

^{a*} Associate Professor, Department of Geography, Faculty of Letters and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.

^b M.A. student of Department of Tourism Management, Mashhad Binaloud Institute of Higher Education, Mashhad, Iran.

^c PhD student, Department of Geography, Faculty of Letters and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 14 February 2025;

Accepted: 19 May 2025

Available online 07 September 2025

Keywords:

Rural tourism, Eco-lodges, Tourism services, Competitive advantage, Nostalgic tourism.

ABSTRACT

Eco-lodges, as a localized service with a nostalgic nature, provide tourists with a unique and distinctive experience in accommodation and associated services, making them particularly appealing to urban and younger tourists. Therefore, this study aims to identify and analyze the factors influencing the attractiveness and competitive advantage of ecolodges in Torqabeh and Shandiz County from the perspective of tourists. This study adopts a descriptive-analytical approach utilizing a survey method. Data collection was conducted through fieldwork and document review. The statistical population includes 384 tourists who visited seven eco-lodges in Torghabeh and Shandiz County. To identify the key factors influencing the attractiveness of eco-lodges, indicators were initially identified via surveys with experts and tourists. These indicators were categorized using exploratory factor analysis (EFA) in SPSS software. Results from the EFA identified 42 variables grouped into 7 factors, with the first three factors (reviving traditions, vernacular architecture, and family management of eco-lodges) accounting for approximately 49% of the variance. Moreover, findings indicated that the most significant attractions of eco-lodges are: the inclusion of traditional. and local foods in menus (mean score: 4.66) and the revival of crafts such as wickerwork and carpet weaving (mean score: 4.53). These factors received the highest possible scores in terms of attractiveness from the tourists' perspective, highlighting the importance of reviving local traditions as unique nostalgic attractions. Such features not only create a high capacity for the development of rural tourism but also position eco-lodges as competitive alternatives to hotels from the perspective of tourists

1. Introduction

The tourism industry, as one of the largest and most dynamic economic sectors in the world, plays a fundamental role in the sustainable economic, social, and cultural development of countries. Among various forms of tourism, rural tourism has experienced significant growth in recent years due to the increasing desire of people to engage in traditional, peaceful, and nature-oriented lifestyles. One of the most prominent aspects of this type of tourism is ecolodges (eco-tourism

accommodations), which, by integrating vernacular architecture, traditional services, and local community involvement, offer tourists a unique and authentic lodging experience. Beyond merely providing accommodation, ecolodges contribute significantly to the preservation of local cultures, the creation of local employment opportunities, and the realization of sustainable rural development. Features such as serving traditional cuisine, showcasing rituals and local music, and evoking nostalgic atmospheres play a

*Corresponding Author.

Email Addresses: ssojasi@um.ac.ir (H. Sojasi Qeidari), n.allahbeigin@gmail.com (N. Allah Beigi), hamide.19971376@gmail.com (H. Molaei).

To cite this article:

Sojasi Qeidari, H., Allah Beigi, N., Molaei, H. (2025). Identification and Analysis of Factors Influencing the Competitive Advantage and Attractiveness of Ecolodges (Case Study: Torghabeh and Shandiz County). *Journal of Geographical Studies of Mountainous Areas*, 6 (22), 181-204.

Doi: 10.22034/gsma.2025.2053431.1058

key role in attracting tourists and creating a genuine experiential journey. However, the success and sustainability of these accommodations depend on a clear understanding of the factors that influence their attractiveness and competitive advantage from the perspective of actual consumers—i.e., the tourists themselves. The research literature highlights those elements such as traditional architecture, family involvement, indigenous design, and environmental conservation are among the key drivers of tourist satisfaction. Nevertheless, many previous studies have adopted a limited approach, often focusing primarily on the viewpoints of owners and managers. Analyzing the experiences and perceptions of tourists can offer a more realistic and nuanced understanding of the strengths and weaknesses of these establishments. In this context, Torqabeh and Shandiz County, due to its favorable geographical location, cool climate, and easy access from the metropolitan city of Mashhad, has emerged as a major ecotourism hub in northeastern Iran. Despite the rapid quantitative growth of ecolodges in this region, a thorough understanding of the factors influencing their attractiveness and their competitive advantages compared to hotels remains a vital research necessity. Accordingly, the purpose of this study is to identify and analyze the factors influencing the attractiveness of ecolodges in Torqabeh and Shandiz County and to examine their competitive advantages compared to hotels. The main research questions are as follows:

1. What factors influence the attractiveness of ecolodges from the perspective of tourists?
2. In what ways do ecolodges possess competitive advantages over hotels?

2. Methodology

The present study is descriptive-analytical in nature and has been conducted using a survey method. Data collection was carried out both through fieldwork via questionnaires and through documentary methods. The statistical population of the research includes 384 tourists who have stayed for at least one night in one of the seven eco-lodges in Torghabeh and Shandiz County. For categorizing and analyzing the data, exploratory factor analysis was employed using SPSS software.

3. Results

The results indicate that 42 variables have been categorized into 7 main factors, with the first three factors (revival of traditions, indigenous architecture, and family management) accounting for a larger portion of the variance compared to the others. These three factors explain approximately

49% of the total variance. According to the factor analysis, the most important attractions of eco-lodges include the use of local and traditional foods, the revival of traditional handicrafts such as basket weaving and carpet weaving, and family management of the lodges. Additionally, the use of indigenous architecture and adherence to traditional principles in the construction and management of the lodges were other significant factors influencing their attractiveness. One of the key findings of the study is that the use of local foods and the revival of nostalgic handicrafts are among the most attractive elements for tourists. Furthermore, the reconstruction and revitalization of local culture and traditions, alongside direct interaction with nature, are considered competitive advantages of eco-lodges over hotels. These advantages increase tourist satisfaction and attract their attention to the local culture and customs.

4. Discussion

This section of the article focuses on analyzing the advantages and attractions of eco-lodges. Due to the nostalgic experience and return to traditions they offer eco-lodges have attracted more attention compared to modern hotels. According to the research results, the most important factors contributing to the appeal of these lodges include the use of local foods, the revival of handicrafts such as basket weaving and carpet weaving, and indigenous design and architecture. Additionally, the family management of these lodges is another characteristic that strengthens the connection between tourists and the local community. These features have made eco-lodges not only a place of accommodation but also an environment for cultural and natural experiences that attract tourists. Moreover, the emphasis on cultural and local elements and providing the opportunity to experience local traditions and customs are factors that distinguish eco-lodges from modern hotels. Overall, the findings of the research suggest that eco-lodges, due to their preservation and revitalization of local cultures, especially in areas like Torghabeh and Shandiz, hold a higher competitive advantage.

5. Conclusion

Eco-lodges have emerged as one of the most important tools for sustainable tourism development in rural areas. These lodges, by focusing on the revival of local traditions, providing high-quality services, and fostering close interaction with the natural environment, offer a unique and different experience for tourists. The results of this research indicate that eco-lodges, due to the nostalgic and authentic experiences they

provide, have a significant competitive advantage over modern hotels. One of the main reasons for this advantage is the ability of eco-lodges to offer an experience aligned with the local culture and nature, which makes tourists enjoy a distinctly different experience compared to staying in hotels. Additionally, the research has shown that offering

local services and using indigenous and sustainable architecture are key factors in attracting tourists to these lodges. As a result, strengthening and developing eco-lodges can serve as a successful strategy for rural tourism development and attracting more tourists.





دانشگاه لرستان

شاپای الکترونیکی: ۲۳۲۵-۲۷۱۷

فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی

http://www.gsma.lu.ac.ir



مقاله پژوهشی

شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر مزیت رقابتی و جذابیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی (مطالعه موردی: شهرستان طرقله و شاندیز)

حمداالله سجاسی قیداری^{۱*}؛ نجمه الله بیگی^۲؛ حمیده مولایی^۳

^{۱*} دانشیار، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت جهانگردی، موسسه آموزش عالی بینالود مشهد، مشهد، ایران.

^۳ دانشجوی دکتری، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله:

۱۴۰۳/۱۱/۲۶

پذیرش نهایی:

۱۴۰۴/۰۲/۲۹

تاریخ انتشار:

۱۴۰۴/۰۶/۱۶

واژگان کلیدی:

گردشگری روستایی،

اقامتگاه‌های بومگردی،

خدمات گردشگری،

مزیت رقابتی،

گردشگری نوستالوژیک.

چکیده

اقامتگاه‌های بوم‌گردی به عنوان یکی از خدمات بومی با ماهیت نوستالوژیک گردشگری می‌باشد که تجربه جدید و متفاوتی از زنجیره اسکان و خدمات وابسته به آن را در اختیار گردشگران قرار می‌دهد و برای اغلب گردشگران شهری و جوانان جذابیت بسیاری دارد. لذا این پژوهش از منظر گردشگران، به شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر جذابیت و مزیت رقابتی اقامتگاه‌های بوم‌گردی در شهرستان طرقله و شاندیز پرداخته است. پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت از نوع توصیفی-تحلیلی به شیوه پیمایشی است. جمع‌آوری اطلاعات به روش میدانی و اسنادی انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش، ۳۸۴ نفر از گردشگران در هفت اقامتگاه بوم‌گردی شهرستان طرقله و شاندیز می‌باشد. برای شناسایی مهم‌ترین عوامل جذابیت اقامتگاه‌های بومگردی ابتدا شاخص‌های مورد نظر با استفاده از نظر-سنجی از کارشناسان و گردشگران شناسایی و برای دسته‌بندی آن از تحلیل عاملی اکتشافی در نرم افزار SPSS بهره گرفته شد. در نتایج به دست آمده در روش تحلیل عاملی اکتشافی، ۴۲ متغیر شناسایی و در ۷ عامل طبقه‌بندی گردید که سهم عامل اول تا سوم (احیای سنت‌ها، معماری بومی، و مدیریت خانوادگی اقامتگاه‌های بومگردی) نسبت به بقیه عامل‌ها بیشتر است و حدود ۴۹ درصد واریانس را تبیین می‌کنند. همچنین نتایج بدست آمده نشان داد که مهم‌ترین جذابیت اقامتگاه‌های بومگردی عبارتند از: استفاده از غذاهای بومی و محلی در منوهای غذایی (با میانگین ۴/۶۶)، زنده شدن ایده حسیر بافی، قالی بافی و ... (با میانگین ۴/۵۳) که از بیشترین امتیاز ممکن به لحاظ جذابیت اقامتگاه‌های بومگردی از دیدگاه گردشگران برخوردار بوده و این نشان می‌دهد، احیای سنت‌های محلی به عنوان جاذبه‌های نوستالوژیک و گردشگری خاص، ظرفیت بالایی را برای توسعه گردشگری روستایی ایجاد کرده و به عنوان مزیت رقابتی اقامتگاه‌های بومگردی نسبت به هتل‌ها از دیدگاه گردشگران بشمار می‌آید.

۱. مقدمه

افزایش تمایل مردم به تجربه زندگی سنتی، آرام و نزدیک به طبیعت، رشد چشمگیری یافته است. یکی از اجزای مهم و نسبتاً نوظهور این حوزه، اقامتگاه‌های بوم‌گردی هستند که با ترکیب معماری بومی، خدمات سنتی، مشارکت جامعه محلی و سازگاری با محیط‌زیست، تجربه‌ای متفاوت از اقامت را برای گردشگران

گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌الرشدترین صنایع در جهان است که سهم بسزایی در توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی کشورها ایفا می‌کند (UNWTO, 2020). در میان انواع گوناگون گردشگری، گردشگری روستایی به‌ویژه در سال‌های اخیر به دلیل

* نویسنده مسئول:

پست الکترونیکی نویسنده‌گان: ssojasi@um.ac.ir (حج، سجاسی قیداری)؛ n.allahbeigin@gmail.com (ن، الله بیگی)؛ hamide.19971376@gmail.com (ح، مولایی).

نحوه استناددهی به مقاله: سجاسی قیداری، حمداالله، الله بیگی، نجمه، مولایی، حمیده (۱۴۰۴). شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر مزیت رقابتی و جذابیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی (مطالعه موردی: شهرستان طرقله و شاندیز). فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی. سال ششم، شماره ۲ (۲۲)، صص ۲۰۴-۱۸۱.

در این میان، شهرستان طرهبه و شاندریز، به واسطه موقعیت جغرافیایی ممتاز، طبیعت بیلاقی، و دسترسی آسان از کلان‌شهر مشهد، به یکی از قطب‌های بوم‌گردی در شمال شرق ایران تبدیل شده است. در کمتر از یک دهه گذشته، این منطقه شاهد رشد فزاینده اقامتگاه‌های بوم‌گردی بوده که بیشتر در بافت‌های روستایی با هویت فرهنگی غنی مستقر شده‌اند. با این حال، سرعت توسعه کمی این اقامتگاه‌ها لزوماً با ارتقاء کیفیت خدمات و شناخت مزیت‌های واقعی آن‌ها از نگاه گردشگر هم‌راستا نبوده است. بنابراین بررسی دقیق و علمی عواملی که جذابیت این اقامتگاه‌ها را تعیین می‌کنند، امری ضروری برای توسعه هوشمندانه و رقابتی این بخش از صنعت گردشگری است.

در این راستا، هدف این پژوهش، شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر جذابیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان طرهبه و شاندریز و بررسی مزیت‌های رقابتی آن‌ها نسبت به هتل‌ها است. سوالات اصلی تحقیق عبارت‌اند از:

۱. عوامل مؤثر بر جذابیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه گردشگران کدامند؟
۲. اقامتگاه‌های بوم‌گردی از چه جنبه‌هایی نسبت به هتل‌ها دارای مزیت رقابتی هستند؟

در گردشگری روستایی، بازدیدکنندگان فرصت تجربه زندگی ساده و اصیل روستایی را پیدا می‌کنند؛ از چشم‌اندازهای طبیعی و بکر گرفته تا فعالیت‌هایی مانند کشاورزی، دامداری و آشنایی با فرهنگ‌ها و آداب و رسوم محلی. گردشگری روستایی یکی از انواع گردشگری پایدار است که بر پایه جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و اجتماعی مناطق روستایی شکل می‌گیرد. این نوع گردشگری، علاوه بر ایجاد فرصت‌های اقتصادی برای جوامع محلی، به گردشگران امکان تجربه زندگی ساده و اصیل روستایی را می‌دهد (Sojasi Qeidari et al., 2024؛ Ahmaadi et al., 2024). بنابراین به نوعی در درون گردشگری روستایی، جستجوی اصالت‌ها و فرهنگ‌های قدیمی و بازگشت به ریشه‌ها وجود دارد که برای بسیاری از گردشگران دارای ماهیت نوستالژیک است. لذا امروزه گردشگران روستایی و نوستالژیک، مشترکاً به دنبال ایجاد حس آرامش و بازگشت به ریشه‌ها را برای گردشگران دنبال می‌کنند.

یکی از ابعاد برجسته گردشگری روستایی، توجه به جاذبه‌های نوستالژیک است. این جاذبه‌ها شامل عناصر ملموس و ناملموس

فراهم می‌سازند (Briedenhann & Wickens, 2004؛ Kastenholz et al., 2012).

اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر خلاف هتل‌های رایج، با تکیه بر استفاده از ظرفیت‌های بومی، نه تنها محیطی متفاوت برای اقامت ایجاد می‌کنند، بلکه به عنوان ابزاری مؤثر در حفظ و احیای فرهنگ‌های محلی، ایجاد اشتغال، و توسعه پایدار مناطق روستایی شناخته می‌شوند (Rezvani & Azizi, 2018). این اقامتگاه‌ها با ارائه خدماتی چون غذاهای محلی، صنایع دستی، موسیقی و آیین‌های سنتی، امکان تجربه زیسته از فرهنگ و طبیعت را برای گردشگران فراهم می‌آورند. در همین راستا، یکی از عناصر کلیدی جذابیت این اقامتگاه‌ها، جنبه‌های نوستالژیک و احساس بازگشت به گذشته‌ای ساده، آرام و اصیل است؛ احساسی که در فضای سنتی خانه‌ها، رنگ‌ها، بوها و تعامل انسانی شکل می‌گیرد (Stronza & Gordillo, 2008).

با وجود اهمیت و گسترش اقامتگاه‌های بوم‌گردی، موفقیت این مراکز نیازمند شناخت دقیق عواملی است که از منظر گردشگران، بر جذابیت و تمایز آن‌ها نسبت به سایر گزینه‌های اقامتی (مانند هتل‌ها) تأثیر می‌گذارد. مفاهیمی مانند جذابیت اقامتگاه و مزیت رقابتی، دو مؤلفه کلیدی در ارزیابی عملکرد و اثربخشی این نوع اقامتگاه‌ها هستند. جذابیت به معنای توان اقامتگاه در جلب رضایت حسی، زیبایی‌شناختی و فرهنگی گردشگر است، در حالی که مزیت رقابتی به عواملی اطلاق می‌شود که سبب ترجیح این اقامتگاه نسبت به رقبا می‌گردد، از جمله کیفیت خدمات، قیمت مناسب، تعامل فرهنگی، و تجربه منحصر به فرد (Kim et al., 2015؛ Porter, 1985).

مطالعات پیشین نشان داده‌اند که عواملی مانند معماری سنتی، مشارکت خانوادگی در مدیریت اقامتگاه، طراحی بومی، خدمات اصیل، و حفظ محیط‌زیست از مهم‌ترین محرک‌های رضایت و تمایل به بازگشت گردشگران هستند (Chan & Baum, 2007؛ Moayedfar et al., 2024). اما اغلب پژوهش‌ها یا به بررسی جداگانه این عوامل پرداخته‌اند یا صرفاً از دیدگاه مالکان و مدیران اقامتگاه‌ها تحلیل صورت گرفته است. در حالی که تحلیل تجربه و ادراک گردشگران، به عنوان مصرف‌کنندگان واقعی این خدمات، می‌تواند شناخت دقیق‌تر و واقع‌بینانه‌تری از مزیت‌های این اقامتگاه‌ها ارائه دهد.

این اقامتگاه‌ها در حفظ هویت فرهنگی و اقتصادی جوامع میزبان نیز نقش دارند. اشتغال‌زایی برای ساکنان محلی، فروش محصولات سنتی، و انتقال دانش بومی از جمله نتایج مثبت عملکرد این اقامتگاه‌ها است (Mehta, 2007; Bowe & Marcouiller, 2007). به طور خاص، اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توجه به طراحی و مبلمان سنتی، اغلب به عنوان بخشی از جاذبه فرهنگی و حتی اکوموزه تلقی می‌شوند (Rigatti, 2016). این اقامتگاه‌ها علاوه بر کاهش آثار منفی گردشگری، نقش مهمی در آموزش گردشگران درباره فرهنگ و محیط زیست ایفا می‌کنند (Mirzadehkhoshahi & Dehghani, 2016).

جذابیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی را می‌توان در پیوند میان سه بُعد اصلی تحلیل کرد: اصالت فرهنگی، تعامل اجتماعی، و تجربه زیست‌محیطی منحصر به فرد.

نخست، اصالت فرهنگی به عنوان عامل اصلی جذابیت، در بازتاب سبک زندگی سنتی، معماری بومی، و فعالیت‌های فرهنگی مانند پخت غذاهای محلی یا صنایع دستی متجلی می‌شود (Richards & Wilson, 2006). گردشگران به دنبال تجربه‌هایی هستند که از نظر فرهنگی "واقعی" به نظر برسند و از بازنمایی مصنوعی فاصله داشته باشند (MacCannell, 1973). اقامتگاه‌های بوم‌گردی از طریق استفاده از مصالح بومی، طراحی سنتی، و فضای خانوادگی، این اصالت را حفظ و بازتولید می‌کنند (Kastenholz et al., 2012).

دوم، تعامل اجتماعی بین گردشگر و جامعه محلی یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد اقامتگاه‌های بوم‌گردی است. این تعامل نه تنها به درک عمیق‌تر فرهنگ بومی کمک می‌کند، بلکه حس میهمان‌نوازی و مشارکت را در گردشگر تقویت می‌کند (Telfer & Sharpley, 2008). اقامتگاه‌هایی که خانواده میزبان مستقیماً در ارائه خدمات مشارکت دارند، تجربه‌ای صمیمی‌تر و معتبرتر برای گردشگران فراهم می‌کنند (Kontogeorgopoulos et al., 2014).

سوم، بُعد زیست‌محیطی اقامتگاه‌ها، از طریق موقعیت مکانی آن‌ها در طبیعت بکر، استفاده از منابع پایدار، و برنامه‌های آموزشی در زمینه محیط‌زیست، نقش مهمی در شکل‌گیری جذابیت دارد (Weaver & Lawton, 2002). طبیعت آرام و مناظر روستایی اغلب برای گردشگرانی که از فضای شهری فاصله می‌گیرند، آرامش‌بخش و جذاب هستند (Lee et al., 2014).

چون معماری سنتی، آداب و رسوم قدیمی، سبک زندگی گذشته و طبیعت بکر هستند که توانایی احیای حس دلتنگی برای گذشته را در گردشگران دارند و به‌طور خاص، نوستالژی در ادبیات گردشگری به عنوان یک عامل انگیزشی کلیدی برای سفر به مکان‌هایی با ویژگی‌های اصیل فرهنگی و تاریخی در نظر گرفته می‌شود (Sedikides et al., 2008).

مطالعات نشان داده‌اند که معماری سنتی و خانه‌های روستایی بازسازی شده با مصالح بومی، از اصلی‌ترین مؤلفه‌های جذابیت نوستالژیک هستند. این فضاها حس پیوند با گذشته و اصالت فرهنگی را برای گردشگر تداعی می‌کنند (Rezvani, 2011). همچنین، مشارکت در فعالیت‌های روزمره سنتی مانند کشاورزی، دامداری و تهیه غذاهای محلی، تجربه‌ای عمیق از فرهنگ بومی ارائه می‌دهد (Basir, 1998). صنایع دستی نظیر فرش، گلیم و سفال‌گری نه تنها میراث فرهنگی را به نمایش می‌گذارند، بلکه تجربه‌ای اصیل و ملموس برای گردشگران فراهم می‌سازند (UNWTO, 2022). مراسم سنتی مانند جشن‌های برداشت یا آیین‌های بومی نیز می‌توانند پیوندی عاطفی و فرهنگی میان گردشگران و میزبانان برقرار کنند (Weaver, 2001). افزون بر این، طبیعت آرام و مناظر دست‌نخورده مناطق روستایی به عنوان نماد سادگی و اصالت گذشته، برای بسیاری از گردشگران عامل مهمی در انتخاب مقصد است (Hany, 2008). در مجموع، جاذبه‌های نوستالژیک بخشی از مزیت رقابتی مناطق روستایی محسوب می‌شوند؛ زیرا امکان تجربه‌ای متمایز و اصیل را فراهم می‌آورند و به توسعه پایدار از طریق مشارکت جوامع محلی و حفظ فرهنگ بومی کمک می‌کنند (Mahmoodi et al., 2022).

اقامتگاه‌های بوم‌گردی از عناصر کلیدی در ساختار گردشگری پایدار روستایی به شمار می‌روند. این اقامتگاه‌ها با طراحی مبتنی بر معماری بومی، مدیریت خانوادگی، و تأکید بر مشارکت جامعه محلی، الگوی مناسبی برای توسعه گردشگری مسئولانه فراهم می‌سازند (Kwan et al., 2008). مطابق با تعاریف سازمان جهانی گردشگری، اقامتگاه‌های بوم‌گردی تنها محل اقامت نیستند؛ بلکه بستری برای ارائه تجربه‌های فرهنگی، آموزشی و زیست‌محیطی هستند (UNWTO, 2021). ویژگی‌هایی مانند استفاده از مصالح پایدار، ارائه غذاهای محلی، اجرای برنامه‌های فرهنگی و رعایت اصول زیست‌محیطی از الزامات کلیدی این اقامتگاه‌ها محسوب می‌شوند (Wallace & Pierce, 1996).

متمایز و مطلوب در میان انواع اقامتگاه‌ها تبدیل می‌کند. در نهایت، جذابیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی نه تنها موجب انتخاب اولیه گردشگر می‌شود، بلکه بر میزان رضایت، وفاداری و احتمال بازگشت نیز تأثیر گذار است (Bigné et al., 2001).

با توجه به اینکه اقامتگاه‌های بوم‌گردی در بستر روستاها شکل می‌گیرند و مزیت آن‌ها بر پایه مؤلفه‌هایی همچون اصالت فرهنگی، سبک زندگی سنتی و تعامل گردشگر با جامعه محلی استوار است، می‌توان تحلیل این جذابیت‌ها را در چارچوب مدل مزیت رقابتی پورتر (Porter, 1985) نیز بررسی کرد. این مدل چهار بعد کلیدی برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار ارائه می‌دهد که در زمینه اقامتگاه‌های بوم‌گردی به صورت زیر تفسیر می‌شود:

شرایط عوامل (Factor Conditions): شامل منابع طبیعی، فرهنگ بومی، نیروی انسانی محلی و زیرساخت‌های سنتی است که زمینه‌ساز ایجاد تجربه‌های اصیل برای گردشگر می‌شود (Rezvani, 2011).

شرایط تقاضا (Demand Conditions): افزایش تقاضای گردشگران برای تجربه‌های نوستالژیک، آرامش و اصالت، محرک توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی است.

صنایع مرتبط و حمایت‌کننده (Related and Supporting Industries): صنایع دستی، تولیدکنندگان محصولات محلی و نهادهای حمایتی، زنجیره ارزش اقامتگاه را کامل کرده و کیفیت تجربه را افزایش می‌دهند (UNWTO, 2021).

ساختار، رقابت و استراتژی (Firm Strategy, Structure and Rivalry): ساختار خانوادگی مدیریت اقامتگاه‌ها، مشارکت جامعه محلی و رقابت سالم میان اقامتگاه‌ها منجر به بهبود کیفیت خدمات و خلق مزیت رقابتی پایدار می‌شود (Mehta, 2007).

بنابراین، استفاده از این مدل نه تنها امکان تحلیل ساختار و عملکرد اقامتگاه‌های بوم‌گردی را فراهم می‌کند، بلکه به تبیین دقیق‌تری از عوامل مؤثر بر جذابیت این اقامتگاه‌ها کمک می‌کند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد در خصوص موضوع مورد مطالعه، پژوهش‌هایی منتشر شده است که در ادامه به نتایج چند مطالعه مهم اشاره می‌شود. Mododiarkhodi et al (2021) در مطالعه‌ای نشان دادند که ارائه خدمات مطلوب به گردشگران موجب بهبود ارزش ادراک شده خدمات گردیده و از این طریق رضایت گردشگران فراهم می‌گردد و در نهایت وفاداری آنها را به اقامتگاه‌های بوم‌گردی افزایش می‌دهد. Hashemi (2021) در

در ترکیب این سه بُعد، اقامتگاه‌های بوم‌گردی نوعی تجربه فرامادی (experiential value) خلق می‌کنند که با انگیزه‌های نوستالژیک، کنجکاوی فرهنگی و دغدغه‌های محیط‌زیستی گردشگر هم‌راستا است (Pine & Gilmore, 1999). جذابیت این اقامتگاه‌ها نه صرفاً در امکانات فیزیکی، بلکه در کیفیت تجربه فرهنگی و اجتماعی نهفته است. این جذابیت، در عمل، مزیت رقابتی اقامتگاه‌های بوم‌گردی نسبت به سایر اشکال اقامت محسوب می‌شود (Gursoy & Gavcar, 2003). در ادبیات گردشگری، «جذابیت» به معنای توان یک مقصد یا عنصر گردشگری برای جلب توجه و ایجاد انگیزه در افراد جهت بازدید یا اقامت است (Formica & Uysal, 2006). جذابیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی معمولاً ترکیبی از عوامل محیطی، فرهنگی، اجتماعی و عملکردی است که تجربه‌ای اصیل و معنادار را برای گردشگر فراهم می‌سازد (Chen & Tsai, 2007).

از منظر عملکردی، طراحی اقامتگاه‌های بوم‌گردی اغلب بر پایه اصول معماری بومی، استفاده از مصالح طبیعی و چیدمان سنتی استوار است. این ویژگی‌ها نه تنها هویت فضایی مکان را حفظ می‌کنند، بلکه حس «اصالت» را نیز تقویت می‌نمایند (Kolar & Zabkar, 2010). اصالت فرهنگی، یکی از مؤلفه‌های کلیدی جذابیت در اقامتگاه‌های بوم‌گردی است و نقش مهمی در رضایت گردشگران و شکل‌گیری حافظه گردشگری دارد (Chhabra et al., 2003).

از سوی دیگر، تعامل گردشگران با جامعه محلی اعم از شرکت در فعالیت‌های روزمره، آشنایی با آداب و رسوم و تجربه غذاهای سنتی به افزایش جذابیت تجربه سفر منجر می‌شود (Richards, 2007). این تعامل نه تنها موجب افزایش رضایت گردشگر می‌شود، بلکه حس مشارکت، یادگیری و احترام متقابل را نیز در بردارد (Sharpley, 2002). علاوه بر جنبه‌های فرهنگی، زیبایی‌شناسی محیطی و چشم‌انداز طبیعی اقامتگاه نیز تأثیر قابل توجهی بر ادراک جذابیت دارد. موقعیت اقامتگاه در دل طبیعت، آرامش محیط و فاصله از هیاهوی شهری از جمله عواملی هستند که توسط گردشگران به عنوان جذابیت‌های مهم ذکر می‌شوند (Tussyadiah & Zach, 2012). همچنین خدمات اقامتگاه از نظر کیفیت، رفتار کارکنان، پاکیزگی و ارائه اطلاعات فرهنگی نیز به طور مستقیم بر جذابیت اثرگذار است (Ritchie & Hudson, 2009). ترکیب این عوامل، اقامتگاه‌های بوم‌گردی را به گزینه‌ای

ارزیابی مدل پتانسیل گردشگری بوم‌گردی و تفریحی نشان داد که بازدیدکنندگانی که به این منطقه جذاب سفر می‌کنند از کمبود خدمات و استاندارد بین‌المللی به عنوان مهم‌ترین مشکلات این ناحیه یاد می‌کنند.

lee et al (2021) در مطالعه‌ای به این نتیجه رسیدند که درک علمی از شاخص‌های پایداری مشاغل گردشگری مبتنی بر طبیعت محدود است. مطالعه آن‌ها با هدف بررسی چارچوب شاخص پایداری، ارزیابی وزن شاخص‌ها و ارزیابی عملکرد با استفاده از یک مورد اقامتگاه بومگردی جنگل از طریق سه روش انجام شده است. روش اول به بررسی شاخص‌های پایداری برای اقامتگاه‌های اکولوژیکی می‌پردازد، روش دوم به وزن نسبی هر شاخص پایداری را محاسبه می‌کند و روش سوم عملکرد پایداری یک اقامتگاه بوم‌گردی جنگل را ارزیابی می‌کند. تجزیه و تحلیل ۸۹ شاخص در شش گروه مدیریت محیط زیست، مدیریت اقتصادی، مدیریت فرهنگی اجتماعی، علم و فناوری، مدیریت منابع انسانی و سیاست دولت طبقه‌بندی شد. وزن هر شاخص از طریق تحلیل سلسله‌مراتب تحلیلی با ۲۱ شرکت‌کننده محاسبه شد که وزن مدیریت محیطی (۰/۳۶۲) بیشتر از وزن سایر ابعاد بود.

در مجموع بررسی پیشینه نشان داد که مطالعات موجود عمدتاً بر عوامل زیست‌محیطی، اقتصادی یا اجتماعی به صورت جداگانه تمرکز کرده‌اند و بررسی یکپارچه تأثیر این عوامل بر جذابیت پایداری اقامتگاه‌ها انجام نشده است. علاوه بر این تاکنون مطالعه‌ای به صورت مستقیم بر روی عوامل تأثیرگذار بر مزیت رقابتی و جذابیت اقامتگاه‌های بومگردی از دیدگاه گردشگران نپرداخته است. لذا این مطالعه تلاش می‌کند تا مزیت‌های رقابتی اقامتگاه‌های بوم‌گردی را شناسایی و تحلیل کند. همچنین برخلاف برخی مطالعات که بیشتر بر مدیریت اقامتگاه‌ها یا دیدگاه صاحبان آن‌ها تمرکز دارند، این پژوهش دیدگاه گردشگران را محور تحلیل خود قرار می‌دهد تا عواملی که از دیدگاه آن‌ها جذابیت اقامتگاه‌ها را افزایش می‌دهند، شناسایی کند. به عبارتی دیگر این تحقیق تغییر ذائقه گردشگران به سمت تجربه‌های اصیل، ساده و نزدیک به طبیعت را مورد بررسی قرار می‌دهد و تأثیر این تغییرات بر جذابیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی را تحلیل می‌کند تا مشخص شود که چگونه افزایش کیفیت خدمات اقامتگاه‌های بوم‌گردی می‌تواند گردشگران بیشتری را جذب کرده و تجربه آن‌ها را بهبود بخشد.

مطالعه‌ای نشان داد که اثرگذاری اقامتگاه‌های بومگردی با آشناسازی و ترویج فرهنگ جوامع میزبان آغاز می‌شود و با گذار از مراحل مختلف، به توسعه پایدار فرهنگی مقصد می‌انجامد. Doostiirani & Basouli (2021) در پژوهشی نشان دادند که مزایای ادراک شده، تأثیر مثبت و معناداری بر تقاضای اقامتگاه‌های بوم‌گردی دارد، همچنین هنجارهای توصیفی ذهنی به واسطه مزایای ادراک شده تأثیر غیرمستقیم بر این تقاضا دارد. در نتیجه به منظور افزایش تقاضای اقامتگاه‌های بومگردی، افزایش آگاهی گردشگران از مزایای اقامتگاه بومگردی برای مقصد (با تمرکز بر گروه‌های مرجع) پیشنهاد گردید. در مطالعه‌ای Jahanian & Mehdizadehardakani (2021) نشان دادند که بین متغیرهای موقعیت و دسترسی اقامتگاه با افزایش رضایت گردشگران رابطه معنادار وجود ندارد، در حالی که رابطه بین متغیرهای ارائه خدمات با کیفیت بالا و عملکرد کارکنان با افزایش رضایت گردشگران معنادار است. گردشگران مطالعه شده از موقعیت و دسترسی اقامتگاه‌های مدنظر راضی و از متغیرهای کیفیت بالای خدمات و عملکرد کارکنان ناراضی بوده‌اند. Moayedfar et al (2024) در پژوهشی نشان دادند که ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی از جنبه‌های مختلف در شهر میباید تأثیرگذاری داشته است ولی این تأثیرگذاری بر بعد فرهنگی این شهر بیشتر از سایر ابعاد بوده و از نظر گروه کارشناسان و متولیان، تأثیرات اقتصادی قابل توجه نبوده است. همچنین Weaver & Lawton (2002) در پژوهشی نشان دادند که جذابیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی به عواملی مانند موقعیت جغرافیایی، خدمات با کیفیت و جاذبه‌های طبیعی بستگی دارد. Chan & Baum (2007) نیز در تحقیقی کیفیت خدمات، طراحی سازگار با محیط زیست و ارتباط با جامعه محلی را به عنوان عوامل اصلی جذابیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی شناسایی کرد. علاوه بر این تحقیق Stronza & Gordillo (2008) نشان داد که مشارکت فعال جوامع محلی، فعالیت‌های فرهنگی و حفظ محیط زیست نقش کلیدی در جذابیت و موفقیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی دارد. همچنین Kim et al (2015) نشان دادند که کیفیت خدمات، تمیزی، فعالیت‌های طبیعت‌محور و تجربه‌های فرهنگی از مهم‌ترین عوامل جذابیت و رضایت گردشگران هستند.

Chlachula et al (2021) عنوان می‌کنند با وجود چشم‌انداز-های زیبا، زیبایی‌های طبیعی و شیوه‌های سنتی زندگی اصیل که در شرق قزاقستان دیده می‌شود، گردشگری هنوز توسعه نیافته است.

۲. روش تحقیق

پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت از نوع توصیفی-تحلیلی و از نظر اجرا پیمایشی است. داده‌ها از دو طریق کتابخانه‌ای و میدانی با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری شدند. در مطالعات کتابخانه‌ای، مجموعاً ۴۲ متغیر به عنوان عوامل تاثیرگذار بر جذابیت اقامتگاه-های بوم‌گردی و ۲۵ متغیر به عنوان عوامل مزیت رقابتی اقامتگاه-های بوم‌گردی بر اساس اصل جذابیت استخراج شد که در بخش میدانی پژوهش مورد استفاده قرار گرفت.

در این مطالعه، هفت اقامتگاه بوم‌گردی شهرستان طرقله و شاندیز، که بیشترین تعداد گردشگر پذیرش شده را در سال ۱۴۰۲ داشته‌اند، بر اساس آمار رسمی سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی شهرستان انتخاب شدند (جدول ۱). به دلیل عدم دسترسی به حجم دقیق جامعه آماری، نمونه‌گیری بر اساس فرمول نمونه‌گیری برای جامعه نامعلوم و با خطای ۰/۰۵ صورت گرفت. جامعه آماری این پژوهش شامل ۳۸۴ نفر از گردشگران اقامتگاه‌های مذکور بود.

روش نمونه‌گیری به این صورت بود که ابتدا گردشگرانی که حداقل یک شب در اقامتگاه مورد نظر اقامت داشتند و سابقه اقامت در هتل در سفرهای قبلی را داشتند، به عنوان چارچوب نمونه هدفمند انتخاب شدند. سپس، درون این چارچوب، نمونه‌گیری به شیوه تصادفی ساده برای هر اقامتگاه انجام شد تا سهم هر اقامتگاه تقریباً ۵۵ نفر باشد.

داده‌های میدانی با استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته گردآوری شدند. این پرسشنامه شامل بخش‌هایی برای اندازه‌گیری عوامل جذابیت و مزیت رقابتی بود که در قالب یک ابزار واحد طراحی شد. پرسشنامه مشتمل بر تعدادی گویه بود که بر اساس متغیرهای استخراج شده از چارچوب نظری تنظیم گردید.

برای اطمینان از روایی ابزار، دیدگاه ۱۲ نفر از اساتید و کارشناسان حوزه گردشگری روستایی اخذ شد. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ در پیش‌آزمون مورد ارزیابی قرار گرفت که ضریب کلی آن برابر با ۰/۷۹۵ به دست آمد. در تحلیل داده‌ها، از آزمون‌های آماری توصیفی و استنباطی مانند تحلیل عاملی در نرم‌افزار SPSS استفاده شد.

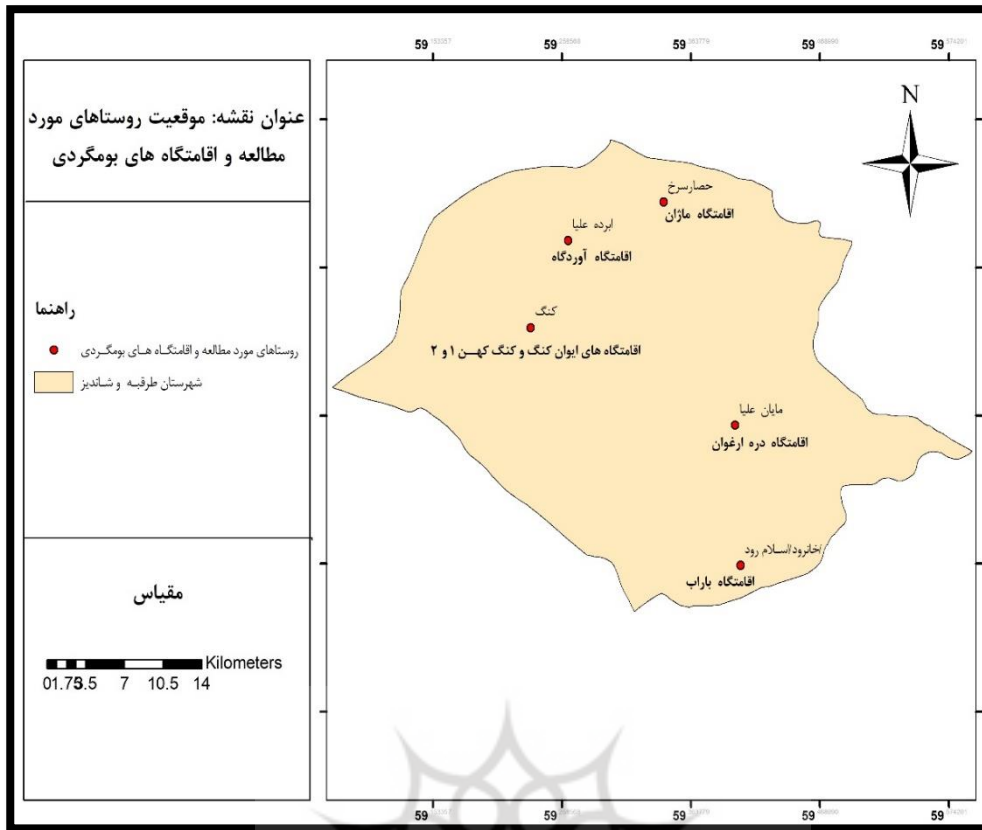
جدول ۱. اقامتگاه‌های بوم‌گردی در شهرستان طرقله و شاندیز

ردیف	نام اقامتگاه	منطقه
۱	باراب	روستای خانرود
۲	ایوان کنگ	روستای کنگ محل سرکمر
۳	ماژان	روستای حصار سرخ
۴	کنگ کهن ۲	روستای کنگ - محله هشیمون
۵	آوردگاه	روستای ابرده علیا
۶	کنگ کهن ۱	روستای کنگ - محله هشیمون
۷	دره ارغوان	روستای مایان بالا

روستایی از سوی گردشگران انجام می‌گردد. محدوده‌ی این شهرستان از شمال به محور مشهد-قوچان محدود می‌شود. این شهرستان از جنوب با شهرستان نیشابور و از غرب نیز به شهرستان گلبهار متصل می‌باشد. شهرستان طرقله شاندیز پس از مشهد و نیشابور مهم‌ترین شهرستان گردشگری استان خراسان رضوی محسوب می‌شود.

۱.۲. معرفی محدوده مورد مطالعه

روستاهای شهرستان طرقله و شاندیز به دلیل نزدیکی به کلانشهر مشهد و همچنین ییلاقی بودن، از جذابیت زیادی برای شهرنشینان در کلانشهر مشهد و همچنین زائران برخوردار بوده و استقبال خوبی از اقامتگاه‌های بوم‌گردی در محیط‌های



شکل ۱: موقعیت روستاها و اقامتگاه‌های بوم‌گردی مورد مطالعه در شهرستان طرقله و شانديز، منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

۳. یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

لحاظ تحصیلات نیز ۴۰/۱۰ درصد از آن‌ها دیپلم و فوق دیپلم دارند. بیشترین دفعات مراجعه به اقامتگاه‌ها در سطح روستاهای شهرستان طرقله و شانديز را افرادی تشکیل می‌دهند که حداقل یک بار در سال به آنجا مراجعه کرده‌اند. محل سکونت ۶۴/۰۶ درصد از پاسخگویان را مسافین استانی (در محدوده استان خراسان رضوی) تشکیل می‌دهند که از شهرهای اطراف مانند مشهد به این مکان‌ها آمده‌اند.

آمار توصیفی در جدول (۲) نشان می‌دهد، ۵۹/۳۸ درصد از پاسخگویان زن می‌باشند که بیشترین درصد را به خود اختصاص داده است. بیشترین فراوانی پاسخگویان را رده‌های سنی ۱۵ تا ۳۰ سال تشکیل می‌دهند که ۳۶/۴۶ درصد جامعه آماری را پوشش داده‌اند. ۵۱/۵۷ درصد از پاسخگویان درآمدی کمتر از ۶ میلیون تومان در ماه را ثبت کرده‌اند. به

جدول ۲. یافته‌های توصیفی

درصد	فراوانی	متغیر	
۴۰/۶۲	۱۵۶	مرد	جنسیت
۵۹/۳۸	۲۲۸	زن	
۳۶/۴۶	۱۴۰	۱۵-۳۰	رده سنی
۲۵/۷۸	۹۹	۳۱-۴۰	
۱۷/۴۵	۶۷	۴۱-۵۰	
۱۳/۲۸	۵۱	۵۱-۶۰	
۷/۰۳	۲۷	۶۰ سال به بالاتر	
۲۵/۷۹	۹۹	پایین تر از دیپلم	میزان تحصیلات

۴۰/۱۰	۱۵۴	دیپلم و فوق دیپلم	
۲۷/۰۸	۱۰۴	لیسانس	
۷/۰۳	۲۷	فوق لیسانس و بالاتر	
۵۱/۵۷	۱۹۸	۵۰-۹۹	طبقات درآمد ماهیانه
۲۰/۵۷	۷۹	۱۰-۶/۹۹	
۱۴/۰۶	۵۴	۲۰-۱۱/۹۹	
۷/۸۱	۳۰	۳۵-۲۱	
۵/۹۹	۲۳	۳۵ میلیون تومان به بالا	
۳۵/۱۶	۱۳۵	۱ بار	دفعات مراجعه به اقامتگاه- های بومگردی
۲۸/۱۲	۱۰۸	بین ۱ تا ۳ بار	
۲۰/۸۳	۸۰	بین ۳ تا ۵ بار	
۱۵/۸۹	۶۱	بالاتر از ۵ بار	
۳۵/۹۴	۱۳۸	خارج از استان	محل سکونت
۶۴/۰۶	۲۴۶	داخل استان	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

مهم‌ترین جذابیت اقامتگاه‌های بومگردی

در مقابل، برخی ویژگی‌ها مانند «وجود امکانات رفاهی مانند تلویزیون، رادیاتور و غیره در عین سنتی بودن» (میانگین ۲/۱۷، ضریب تغییرات ۰/۲۰) و «تخصیص فضایی مناسب برای پذیرایی از میهمانان» (میانگین ۲/۴۱، ضریب تغییرات ۰/۲۰) جذابیت کمتری برای گردشگران داشتند و اختلاف نظر بیشتری نیز درباره آنها وجود داشت. این نتایج نشان می‌دهد که گردشگران بیشتر به ویژگی‌های فرهنگی و بومی اقامتگاه‌ها اهمیت می‌دهند و ویژگی‌های رفاهی سنتی، به نسبت، اولویت پایین‌تری دارند جدول (۳).

بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده از ۳۸۴ گردشگر اقامتگاه-های بوم‌گردی شهرستان طرقله و شاندریز، میانگین رتبه‌های گویه‌های مختلف جذابیت اقامتگاه‌ها محاسبه شد. گویه‌هایی که میانگین بالاتری داشتند، نشان‌دهنده اهمیت بیشتر آن ویژگی‌ها از دید گردشگران هستند. همچنین ضریب تغییرات برای هر گویه بیانگر میزان همگنی یا پراکندگی نظرات پاسخ-دهندگان است؛ ضریب تغییرات پایین‌تر نمایانگر توافق بیشتر بین پاسخ‌دهندگان است.

نتایج نشان داد که «استفاده از غذاهای بومی و محلی در منوهای غذایی» با میانگین ۴/۶۶ و ضریب تغییرات ۰/۰۵، بالاترین میزان جذابیت را داشته است که نشان‌دهنده اهمیت احیای سنت‌ها و فرهنگ محلی برای گردشگران است. همچنین «زنده شدن ایده حصیربافی، قالی‌بافی و ...» با میانگین ۴/۵۳ و ضریب تغییرات ۰/۰۴، و «داشتن طراحی بومی پایدار و سبز در اقامتگاه» با میانگین ۴/۳۴ و ضریب تغییرات ۰/۰۵، از دیگر عوامل بسیار مهم جذابیت اقامتگاه‌های بومگردی بودند.

جدول ۳. اولویت‌بندی شاخص‌های جذابیت اقامتگاه‌های بومگردی

ضریب تغییرات	انحراف از معیار	میانگین رتبه‌ای	گویه‌ها
۰/۱۷	۰/۴۴۴	۲/۶۹	تنوع رنگی و رنگ‌آمیزی خاص در و دیوار
۰/۰۵	۰/۲۱۶	۴/۳۴	داشتن طراحی بومی پایدار و سبز در اقامتگاه
۰/۰۴	۰/۱۵۳	۴/۳۰	رعایت اصول معماری بومی منطقه در ساخت اقامتگاه
۰/۰۵	۰/۲۲۱	۴/۱۹	الگو برداری از سبک معماری سنتی
۰/۱۵	۰/۵۴۸	۳/۶۰	استفاده از مصالح بومی در ساخت بنا
۰/۰۸	۰/۳۱۱	۴/۱۱	رعایت اصول اقلیمی در ساخت اقامتگاه‌ها در مواجهه با سرما و گرما
۰/۰۷	۰/۲۳۳	۳/۳۰	استفاده از تجهیزات روشنایی، گرمایشی و سرمایشی منطبق با محیط زیست
۰/۱۰	۰/۳۴۴	۳/۳۷	مدیریت و اداره اقامتگاه‌ها به صورت خانوادگی
۰/۱۲	۰/۴۸۰	۳/۹۵	همدلی و مشارکت بیشتر در خدمات‌رسانی به گردشگران
۰/۰۷	۰/۲۶۷	۳/۹۲	اشتیاق برای جلب رضایت گردشگران
۰/۱۱	۰/۳۱۳	۲/۸۸	سازماندهی و مدیریت بهتر منابع انسانی در بوم‌خانه‌های گردشگری
۰/۲۰	۰/۴۲۶	۲/۱۷	وجود امکانات رفاهی مانند تلویزیون، رادیاتور و غیره در عین سنتی‌بودن
۰/۰۶	۰/۱۷۴	۲/۷۰	وجود حمام و سرویس‌های بهداشتی داخل اتاق‌ها
۰/۲۰	۰/۴۹۴	۲/۴۱	تخصیص فضایی مناسب برای پذیرایی از میهمانان
۰/۱۱	۰/۳۲۴	۲/۹۷	تخصیص فضایی تحت عنوان چایخانه
۰/۱۴	۰/۴۱۹	۲/۸۹	امکان پذیرایی و سرو غذا در اتاق محل اسکان
۰/۱۰	۰/۲۶۷	۲/۶۲	امکان استفاده از اینترنت در اتاق محل اقامت
۰/۱۶	۰/۵۱۳	۳/۱۲	مجهز بودن اقامتگاه‌ها به درب و پنجره‌های چوبی
۰/۲۰	۰/۴۷۴	۲/۴۳	مجهز بودن اقامتگاه‌ها به داشتن حصار و ایجاد حس امنیت
۰/۱۰	۰/۲۹۰	۳/۰۵	رعایت اصول ایمنی و امنیت در ساختار اقامتگاه بومگردی مطابق با خواسته‌های گردشگران
۰/۰۴	۰/۲۰۱	۴/۵۳	زنده‌شدن ایده حصیربافی، قالی‌بافی و ... در اقامتگاه‌های بومگردی
۰/۰۹	۰/۳۶۱	۴/۱۵	استفاده مدیریت و کارکنان اقامتگاه‌ها از لباس‌های سنتی و محلی در محل کار
۰/۰۵	۰/۱۳۸	۳/۰۳	عرضه صنایع دستی در اقامتگاه به سبک سنتی و بر اساس فرهنگ محلی
۰/۰۹	۰/۲۶۲	۳/۰۶	نمایش هنرهای روستایی توسط اهالی در اقامتگاه‌های بومگردی
۰/۰۵	۰/۲۳۳	۴/۶۶	استفاده از غذاهای بومی و محلی در منوهای غذایی
۰/۰۹	۰/۳۰۰	۳/۲۸	استفاده از مبلمان حیاط به صورت نیمکت‌های کوچک
۰/۰۸	۰/۳۴۸	۴/۱۱	تزئین فضای مبلمان و حیاط اقامتگاه سرسبز با پوشش گیاهی
۰/۱۷	۰/۵۸۸	۳/۴۵	بکارگیری مبلمان و تجهیزات سنتی و بومی (تخت چوبی، لحاف و تشک و رختخواب و...)
۰/۲۲	۰/۵۶۹	۲/۵۷	وجود آلاچیق برای تفریح و گفتگو در داخل حیاط اقامتگاه‌ها
۰/۰۷	۰/۲۱۲	۳/۰۱	دارا بودن چشم‌انداز و نماد قابل دید از راه دور به صورت سنتی
۰/۰۸	۰/۲۳۲	۲/۸۵	تخصیص فضای مناسب و طبیعی برای پذیرایی از میهمانان
۰/۱۳	۰/۳۵۶	۲/۶۶	استفاده از فضاهای مکمل مورد نیاز گردشگران (آلاچیق، پارکینگ و محل بازی کودکان در طبیعت)

۰/۱۳	۰/۴۲۱	۳/۱۸	حفظ کالبد، جلوه‌های زندگی روستایی و آثار و یادمان‌های تاریخی
۰/۰۸	۰/۲۴۵	۳/۰۲	استفاده از انرژی‌های خورشیدی در تامین انرژی اقامتگاه
۰/۰۹	۰/۳۲۶	۳/۵۴	قرارگیری در محیط‌های بکر روستایی
۰/۰۲	۰/۰۶۳	۳/۲۶	هم‌سازی معماری اقامتگاه با اقلیم محلی (طراحی درب و پنجره مناسب)
۰/۱۰	۰/۳۲۶	۳/۲۱	بازدید از طرح‌ها و پروژه‌های احیای محیط طبیعی در اقامتگاه
۰/۱۱	۰/۳۳۲	۳/۰۱	بازدید از جاذبه‌های طبیعی در نزدیکی اقامتگاه و کسب تجربه منحصر به فرد
۰/۰۶	۰/۲۳۴	۳/۶۹	نگهداری حیوانات خانگی در محوطه اقامتگاه‌ها
۰/۱۰	۰/۳۱۵	۳/۱۹	بکارگیری وسایل قابل بازیافت در پذیرایی از گردشگران
۰/۰۱	۰/۰۲۳	۳/۰۹	استفاده از انرژی‌های پاک و تجدید پذیر (انرژی خورشیدی در گرمایش و سرمایش) در اقامتگاه
۰/۰۶	۰/۱۴۲	۲/۴۹	استفاده از تورهای طبیعت‌گردی اقامتگاه‌ها با هدف کسب دانش و تجربه مبتنی بر طبیعت

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

با توجه به جدول (۴) برای سنجش کفایت داده‌ها از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده شد. مقدار KMO برابر با ۰,۷۳۵ و معناداری آزمون بارتلت برابر با ۰/۰۰۰ به دست آمد. این نتایج نشان می‌دهد که ماتریس همبستگی برای تحلیل عاملی مناسب است (Field, 2013).

مهم‌ترین عوامل جذابیت اقامتگاه‌های بومگردی

با توجه به تعدد شاخص‌های شناسایی شده در بررسی عوامل مؤثر بر جذابیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی، جهت کاهش مؤلفه‌ها و شناسایی ساختار پنهان میان آن‌ها، از تحلیل عاملی اکتشافی (EFA) با نرم‌افزار SPSS استفاده شد.

جدول ۴. آزمون معناداری بارتلت و KMO

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.735
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	173/3512
	Df	630
	Sig.	.000

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

با توجه به بارهای عاملی بالای ۰/۵، ۴۲ شاخص اولیه در ۷ عامل طبقه‌بندی شدند که عبارت‌اند از: احیای سنت‌ها و آیین‌های محلی، معماری بومی و طراحی پایدار، مدیریت خانوادگی اقامتگاه‌ها، طراحی فضای داخلی و مبلمان سنتی، چشم‌انداز طبیعی و فضاهای مکمل، تعامل با طبیعت و استفاده از انرژی پاک، امکانات رفاهی در چارچوب سنتی

در ادامه با استفاده از تحلیل مؤلفه‌های اصلی (PCA) و چرخش واریانس، ۷ عامل با مقدار ویژه بیشتر از ۱ استخراج شد که در مجموع ۶۹/۴۳ درصد از واریانس کل متغیرها را تبیین می‌کنند. شاخص‌هایی با بار عاملی کمتر از ۰,۵۰ حذف شده‌اند تا دقت تحلیل افزایش یابد (Hair et al., 2010).

جدول ۵: مقدار ویژه ماتریس همبستگی مؤلفه‌ها

عامل‌ها	برآورد واریانس کل			حل عامل چرخنده و واریانس عامل‌ها		
	کل	درصد واریانس	درصد تجمعی	کل	درصد واریانس	درصد تجمعی
۱	۶/۳۵۳	۲۵/۴۱۲	۲۵/۴۱۲	۳/۵۷۲	۱۴/۲۸۶	۱۴/۲۸۶
۲	۳/۲۳۳	۱۲/۹۳	۳۸/۳۴۳	۳/۲۸۴	۱۳/۱۳۵	۲۷/۴۲۲
۳	۲/۶۶۷	۱۰/۶۶۷	۴۹/۰۱	۲/۷۰۷	۱۰/۸۲۹	۳۸/۲۵۱

۴	۱/۵۶۷	۶/۲۶۹	۵۵/۲۷۹	۲/۳۸۱	۹/۵۲۶	۴۷/۷۷۷
۵	۱/۲۸۲	۵/۱۲۷	۶۰/۴۰۶	۲/۰۶۱	۸/۲۴۲	۵۶/۰۱۹
۶	۱/۲۳۱	۴/۴۲۴	۶۵/۳۳	۲/۰۵۵	۸/۲۲	۶۴/۲۳۹
۷	۱/۰۲۶	۴/۱۰۳	۶۹/۴۳۳	۱/۲۹۹	۵/۱۹۴	۶۹/۴۳۳

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

دیگر را تشکیل دادند. نتیجه، خلاصه‌شدن شاخص‌های مورد استفاده در ۷ عامل بود. همان‌طور که در جدول (۶) مشاهده می‌شود، گویای وضعیت همبستگی ۴۲ متغیر در قالب ۷ عامل خلاصه شده است که از این بین فقط شاخص‌هایی انتخاب شد که حداقل بار عاملی آن ۵۰ درصد باشد. این امر به این دلیل می‌باشد که هر عامل با گروهی از مولفه‌ها که همبستگی بیشتری را نشان می‌دهد، می‌بایست در یک دسته جای گیرد. در ادامه این پژوهش به نام‌گذاری عامل‌ها اقدام شده است.

پس از جمع‌آوری داده‌ها و تبدیل آن‌ها به شاخص‌های مورد نظر در فرایند تحلیل عاملی، مقدار همبستگی ماتریس‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS بدست آمد. این عامل‌سازی‌ها در فرایند تحلیل عاملی به‌منظور کاهش شاخص‌ها انجام شد. برای این کار شاخص‌هایی که در هر عامل بالای ۰/۵ ضریب را به خود اختصاص داده بودند به عنوان یک عامل شناسایی شدند. همچنین سایر شاخص‌هایی که امکان تجمع با شاخص‌های دیگر در یک عامل را نداشتند با عامل پایین‌تر از خود عاملی

جدول ۶. مقدار ویژه عامل‌ها

مقدار همبستگی	نام متغیر	نام‌گذاری عامل‌ها
۰/۸۵۶	زنده شدن ایده حصیربافی، قالی‌بافی و ... در اقامتگاه‌های بومگردی	عامل اول (احیای سنت‌ها)
۰/۸۴۵	استفاده مدیریت و کارکنان اقامتگاه‌ها از لباس‌های سنتی و محلی در محل کار	
۰/۷۹۵	عرضه صنایع دستی در اقامتگاه به سبک سنتی و بر اساس فرهنگ محلی	
۰/۷۰۶	نمایش هنرهای روستایی توسط اهالی در اقامتگاه‌های بومگردی	
۰/۶۷۸	استفاده از غذاهای بومی و محلی در منوهای غذایی	
۰/۸۷۵	تنوع رنگی و رنگ آمیزی خاص در دیوار	عامل دوم (معماری بومی)
۰/۸۶۹	داشتن طراحی بومی پایدار و سبز در اقامتگاه	
۰/۷۲۶	رعایت اصول معماری بومی منطقه در ساخت اقامتگاه	
۰/۷۱۱	الگوپردازی از سبک معماری سنتی	
۰/۶۹۸	استفاده از مصالح بومی در ساخت بنا	
۰/۶۵۵	رعایت اصول اقلیمی در ساخت اقامتگاه‌ها در مواجهه با سرما و گرما	عامل سوم (مدیریت خانوادگی اقامتگاه‌های بوم‌گردی)
۰/۶۴۲	استفاده از تجهیزات روشنایی، گرمایشی و سرمایشی منطبق با محیط زیست	
۰/۸۷۴	مدیریت و اداره اقامتگاه‌ها به صورت خانوادگی	
۰/۸۱۵	همدلی و مشارکت بیشتر در خدمات‌رسانی به گردشگران	
۰/۷۷۹	اشتیاق برای جلب رضایت گردشگران	
۰/۷۲۱	سازماندهی و مدیریت بهتر منابع انسانی در بوم‌خانه‌های گردشگری	عامل چهارم (طراحی مطلوب مبلمان و محوطه اقامتگاه‌ها)
۰/۷۰۵	استفاده از مبلمان حیاط به صورت نیمکت‌های کوچک	
۰/۶۸۹	تزئین فضای مبلمان و حیاط اقامتگاه سرسبز با پوشش گیاهی	
۰/۶۴۶	بکارگیری مبلمان و تجهیزات سنتی و بومی (تخت چوبی، لحاف و تشک و رختخواب و...)	
۰/۶۰۹	وجود آلاچیق برای تفریح و گفتگو در داخل حیاط اقامتگاه‌ها	

۱- Vernacular architecture

۰/۸۴۵	دارا بودن چشم انداز و نماد قابل دید از راه دور به صورت سنتی	عامل پنجم (فضا و چشم انداز اقامتگاه ها)
۰/۸۲۶	تخصیص فضای مناسب و طبیعی برای پذیرایی از میهمانان	
۰/۷۴۰	استفاده از فضاهای مکمل مورد نیاز گردشگران (آلاچیق، پارکینگ و محل بازی کودکان در طبیعت)	
۰/۸۳۹	حفظ کالبد، جلوه‌های زندگی روستایی و آثار و یادمان‌های تاریخی	
۰/۸۰۸	استفاده از انرژی‌های خورشیدی در تامین انرژی اقامتگاه	
۰/۷۸۱	قرارگیری در محیط‌های بکر روستایی	
۰/۷۷۰	هم‌سازی معماری اقامتگاه با اقلیم محلی (طراحی درب و پنجره مناسب)	
۰/۷۵۹	بازدید از طرح‌ها و پروژه‌های احیای محیط طبیعی در اقامتگاه	عامل ششم (ارتباط با طبیعت و عناصر طبیعی)
۰/۷۴۹	بازدید از جاذبه‌های طبیعی در نزدیکی اقامتگاه و کسب تجربه منحصر به فرد	
۰/۷۱۹	نگهداری حیوانات خانگی در محوطه اقامتگاه‌ها	
۰/۷۰۷	بکارگیری وسایل قابل بازیافت در پذیرایی از گردشگران	
۰/۶۹۵	استفاده از انرژی‌های پاک و تجدیدپذیر (انرژی خورشیدی در گرمایش و سرمایش) در اقامتگاه	
۰/۶۷۸	استفاده از تورهای طبیعت گردی اقامتگاه‌ها با هدف کسب دانش و تجربه مبتنی بر طبیعت	
۰/۷۲۸	وجود امکانات رفاهی مانند تلویزیون، رادیاتور و غیره در عین سنتی بودن	
۰/۷۱۹	وجود حمام و سرویس‌های بهداشتی داخل اتاق‌ها	
۰/۷۱۵	تخصیص فضایی مناسب برای پذیرایی از میهمانان	
۰/۷۰۱	تخصیص فضایی تحت عنوان چایخانه	
۰/۶۹۸	امکان پذیرایی و سرو غذا در اتاق محل اسکان	عامل هفتم (امکانات و تجهیزات)
۰/۶۸۳	امکان استفاده از اینترنت در اتاق محل اقامت	
۰/۶۵۲	مجهز بودن اقامتگاه‌ها به درب و پنجره‌های چوبی	
۰/۶۲۸	مجهز بودن اقامتگاه‌ها به داشتن حصار و ایجاد حس امنیت	
۰/۶۱۹	رعایت اصول ایمنی و امنیت در ساختار اقامتگاه بومگردی مطابق با خواسته‌های گردشگران	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

مزیت رقابتی اقامتگاه‌های بومگردی

اصول بهداشتی و رعایت ذائقه گردشگران (با میانگین ۳/۷۹) بیشترین امتیاز ممکن به لحاظ مزیت رقابتی در مقایسه با هتل‌ها را از دیدگاه گردشگران به ثبت رسانیده‌اند. همچنین گویه‌هایی از جمله فراهم نمودن فرصت‌هایی برای پوشیدن لباس‌های محلی توسط گردشگران و شرکت دادن آن‌ها در رویدادهای محلی (با میانگین ۳/۷۵)، استفاده از غذاهای محلی (ارائه غذا و نوشیدنی محلی) با مواد اولیه محلی، سالم و ارگانیک در پذیرایی (با میانگین ۳/۶۱) نیز نمره میانگین بالایی را به خود اختصاص دادند و سبب تمایز اقامتگاه‌های بومگردی نسبت به هتل‌ها بوده‌اند.

جدول (۷)، میانگین مقایسه‌ای جهت تحلیل مزیت‌های رقابتی اقامتگاه‌های بومگردی نسبت به هتل‌ها را در سطح مولفه‌ها نشان می‌دهد. براین اساس، در اقامتگاه‌های بومگردی گویه‌های احیاء فرهنگ و رسوم روستاها و مردمان روستایی (با میانگین ۳/۹۵)، ترویج ساده‌زیستی و استفاده مناسب از طبیعت پیرامون محل زندگی (با میانگین ۳/۸۲)، انجام فعالیت‌های جانبی برای جذب توریسم (مثل تهیه و عرضه عرقیجات سنتی، موسیقی محلی، شب شعر) (با میانگین ۳/۸۱)، ارائه خوراک و نوشیدنی‌های بومی و استفاده از سفره‌آرایی بومی با رعایت

جدول ۷. میانگین مقایسه‌ای مزیت رقابتی اقامتگاه‌های بوم‌گردی و هتل‌ها از دیدگاه گردشگران

مؤلفه	شاخص	اقامتگاه‌های بوم‌گردی		هتل‌ها	
		میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
جنبه‌های اقتصادی	مقرون به صرفه بودن هزینه اقامتگاه‌ها	۳/۰۱	۰/۳۴	۲/۱۰	۰/۱۶
	انگیزه کمک به اقتصاد و توسعه محلی	۳/۲۴	۰/۲۱	۲/۴۶	۰/۲۵
	کاهش هزینه سفر	۲/۹۶	۰/۲۱	۲/۳۶	۰/۳۶
	کمک به اشتغالزایی و درآمدزایی روستاییان از طریق گردشگری و مصرف تولیدات محلی	۳/۱۲	۰/۳۲	۲/۵۳	۰/۴۵
	استفاده از نیروی کار محلی در اقامتگاه بوم‌گردی	۳/۲۱	۰/۱۶	۳/۰۱	۰/۶۱
دریافت خدمات جدید	استفاده از غذاهای محلی (ارائه غذا و نوشیدنی محلی) با مواد اولیه محلی، سالم و ارگانیک در پذیرایی	۳/۶۱	۰/۴۱	۲/۵۴	۰/۳۱
	فراهم نمودن فرصت‌هایی برای پوشیدن لباس‌های محلی توسط گردشگران و شرکت دادن آن‌ها در رویدادهای محلی	۳/۷۵	۰/۲۳	۲/۰۱	۰/۲۶
	انجام فعالیت‌های جانبی برای جذب توریسم (مثل تهیه و عرضه عرق‌جات سنتی - موسیقی محلی - شب شعر)	۳/۸۱	۰/۲۸	۲/۱۹	۰/۲۷
	ارائه خوراک و نوشیدنی‌های بومی و استفاده از سفره‌آرایی بومی با رعایت اصول بهداشتی و رعایت ذائقه گردشگران	۳/۷۹	۰/۴۳	۲/۳۱	۰/۳۹
	افزایش سهم مشارکت جوامع محلی در تصمیم‌گیری	۲/۸۹	۰/۱۱	۱/۹۶	۰/۳۵
مزایای اجتماعی و فرهنگی	احترام به فرهنگ، ارزش‌ها و هنرهای جوامع روستایی	۳/۱۲	۰/۰۹	۲/۹۳	۰/۲۴
	بهره برداری از پتانسیل‌های تولیدی و خدماتی روستاها و جوامع بومی برای ارائه خدمات رفاهی به گردشگران	۳/۵۵	۰/۳۵	۲/۳۸	۰/۳۱
	احیاء فرهنگ و رسوم روستاها و مردمان روستایی	۳/۹۵	۰/۳۷	۲/۷۶	۰/۲۹
	ترویج ساده زیستی و استفاده مناسب از طبیعت پیرامون محل زندگی	۳/۸۲	۰/۲۶	۲/۲۹	۰/۴۶
	شناخت و آگاهی گردشگران از فرهنگ بومی	۳/۲۶	۰/۲۱	۲/۴۸	۰/۵۳
جنبه‌های روانشناسی	بکارگیری معماری بومی و سنتی	۳/۱۹	۰/۳۲	۲/۱۳	۰/۱۵
	کسب حس نوستالژیک در اقامتگاه‌ها	۳/۲۸	۰/۱۶	۲/۰۹	۰/۲۱
	ایجاد حس تجربه جدید	۳/۲۱	۰/۲۷	۳/۰۱	۰/۱۶
امنیت و راحتی	رهایی از شهرها و پناه بردن به طبیعت	۳/۲۹	۰/۳۲	۲/۷۷	۰/۲۴
	انتخاب عمل بهتر و آزادی بیشتری	۳/۰۲	۰/۲۰	۲/۵۶	۰/۲۳
	محیط آرام و بدون سر و صدا	۳/۱۱	۰/۱۵	۲/۰۹	۰/۴۱
	رزرو آسان	۳/۰۹	۰/۱۹	۳/۰۲	۰/۲۳
	احساس راحتی بیشتر	۳/۰۶	۰/۵۶	۳/۰۴	۰/۲۳
	استفاده از لوازم سنتی برای خواب و استراحت گردشگران	۳/۲۸	۰/۳۸	۲/۱۶	۰/۳۲
	امکان پذیرایی از تعداد زیادی مهمان در فضای باز	۳/۱۴	۰/۱۶	۲/۴۶	۰/۴۲

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

نرمال بودن توزیع داده‌های مورد نظر را بررسی می‌کند. مطابق جدول (۸)، نتیجه آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نشان داد، با توجه اینکه مقدار معنی‌داری (Asymp Sig= 007/0) از احتمال خطای نوع اول $\alpha=05/0$ بزرگتر است، فرض صفر که همان معتبر بودن توزیع نرمال داده‌ها می‌باشد، رد نمی‌شود. در

بررسی تفاوت مزیت رقابتی اقامتگاه‌های بوم‌گردی و هتل‌ها

از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای گزینش آزمون‌های پارامتریک یا ناپارامتریک استفاده شد. این آزمون در واقع

آزمون صورت گرفته با توجه به اینکه میانگین و واریانس بدست آمده از جامعه مورد مطالعه توسط نمونه، مربوط به نرمال بودن توزیع داده‌ها به ترتیب $3/62$ و $0/765$ می‌باشد، در ادامه برای آزمون فرضیات مورد نظر از آزمون‌های پارامتریک از جمله تحلیل واریانس؛ آزمون T مستقل، و... می‌توان استفاده نمود.

جدول ۸. آزمون نرمال یا غیر نرمال بودن توزیع داده‌ها

جامعه آماری		۳۸۴
Normal Parameters a, b	میانگین	۳/۶۲
	انحراف معیار	۰/۷۶۵
Most Extreme Differences	مطلق	۰/۰۶۷
	مثبت	۰/۰۴۱
	منفی	-۰/۰۶۰
Test Statistic		۰/۰۶۷
Asymp. Sig. (2-tailed)		۰/۰۰۷ ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

بنابراین، جهت بررسی تفاوت مزیت رقابتی اقامتگاه‌های بومگردی و هتل‌ها از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد. مطابق نتایج جدول (۹)، واریانس بین گروه‌ها نسبت به واریانس درون گروه‌ها سنجیده شده است. همانطور که از نتیجه این جدول قابل مشاهده است، Sig یا معناداری در قسمت بین گروهی از عدد ۰۰۵ کوچکتر است. بنابراین می‌توان چنین استنباط کرد که دلیل کافی برای رد فرض صفر وجود دارد. به این معنا که اگر Sig یا معناداری کمتر از ۰۰۵ صدم

(۰/۰۰۵) باشد به این معناست که بین گروه‌های قابل مقایسه (هتل‌ها و اقامتگاه‌های بومگردی)، تفاوت معنادار به لحاظ ابعاد پنج گانه وجود دارد. همانطور که مشاهده می‌شود در جدول زیر نیز بین مقایسه مزیت رقابتی اقامتگاه‌های بومگردی و هتل‌ها مقدار معناداری کمتر از ۰۰۵ صدم بدست آمده است. بنابراین می‌توان عنوان کرد که بین مزیت رقابتی اقامتگاه‌های بومگردی و هتل‌ها تفاوت وجود دارد.

جدول ۹. تفاوت مزیت رقابتی اقامتگاه‌های بوم گردی و هتل‌ها

ANOVA					
	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	معنی داری
بین گروهی	۲۳۵/۶۹	۱	۲۳۵/۶۹	۶۳۱/۲۲۵	۰/۰۰۱
درون گروهی	۲۲۳/۶۴	۳۷۴	۰/۳۲۱		
کل	۲۲۶/۱۲۹	۳۷۵			

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

با توجه به اینکه معنی دار شدن تحلیل واریانس مشخص نمی‌کند که اختلاف میانگین کدام یک از جفت‌ها در مولفه‌ها معنی دار است. بلکه با آماره تحلیل واریانس، تنها می‌توان پی به اختلاف میانگین گروه‌ها برد؛ لذا برای برطرف کردن این مسئله، از آزمون تعقیبی شفه استفاده شد. نتایج نشان داد، بیشترین اختلاف معنادار در بین مقایسه مولفه‌های اقامتگاه‌های بوم گردی نسبت به هتل‌ها متعلق به مولفه دریافت خدمات جدید و پس از آن متعلق به مولفه جنبه‌های اقتصادی می‌باشد.

می‌شود که در مولفه‌های روانشناسی، اجتماعی-فرهنگی و دریافت خدمات جدید، مزیت رقابتی بیشتری نسبت به هتل‌ها داشته باشند. مدیریت خانوادگی و اندازه کوچک‌تر این اقامتگاه‌ها نیز انعطاف‌پذیری بالاتری در ارائه خدمات متناسب با نیازهای گردشگران فراهم می‌کند که در مولفه «دریافت خدمات جدید» منعکس شده است.

در مقابل، هتل‌ها به دلیل ساختار رسمی‌تر و منابع مالی گسترده‌تر، توانایی بیشتری در ارائه خدمات اقتصادی و فراهم کردن امنیت و راحتی دارند. این موضوع موجب برتری هتل‌ها در برخی جنبه‌های اقتصادی و امنیتی می‌شود. (جدول ۱۰).

مقدار معناداری (Sig) در تمامی مولفه‌ها کمتر از ۵ صدم می‌باشد که این امر نشان از وجود اختلاف معنادار به لحاظ مولفه‌های مقایسه‌ای در بین این دو اقامتگاه دارد و آن را تأیید می‌کند و در نهایت، یافته‌های تحلیل واریانس و آزمون تعقیبی شفه نشان داد که بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی و هتل‌ها در تمام مولفه‌های مزیت رقابتی تفاوت معناداری وجود دارد. برای تبیین این نتایج، لازم است به تفاوت‌های ساختاری و عملکردی این دو نوع اقامتگاه توجه کنیم.

اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر احیای سنت‌ها، معماری بومی و ارتباط نزدیک با طبیعت، تجربه‌ای فرهنگی و منحصر به فرد به گردشگران ارائه می‌دهند. این ویژگی‌ها موجب

جدول ۱۰. نتایج آزمون تعقیبی شفه جهت سنجش اختلاف بین مولفه‌های مزیت رقابتی اقامتگاه‌های بوم‌گردی با هتل‌ها

Scheffe							
مولفه‌ها	(I) اقامتگاه	(J) اقامتگاه	اختلاف میانگین (I-J)	خطای استاندارد میانگین	معناداری	فاصله اطمینان ۹۵٪	
						کران بالا	کران پایین
جنبه اقتصادی	هتل	بوم‌گردی	-۲۴۵۶/۱*	۰/۰۴۵۸۷	۰/۰۰۱	-۴۵۶۲/۱	-۰/۸۵۶۵
دریافت خدمات جدید	هتل	بوم‌گردی	-۴۲۵۶۵/۱*	۰/۰۹۵۳۲	۰/۰۰۱	-۲۴۵۲/۱	-۰/۹۵۴۶
مزایای اجتماعی و فرهنگی	هتل	بوم‌گردی	-۲۱۰۲۱/۱*	۰/۰۶۸۵۶	۰/۰۰۱	-۱۵۶۴/۱	-۵۶۴۱/۱
جنبه‌های روانشناسی	هتل	بوم‌گردی	-۰/۸۶۵۳۵*	۰/۰۷۲۵۶	۰/۰۰۱	-۵۴۲۵/۱	-۰/۷۵۴۶
امنیت و راحتی	هتل	بوم‌گردی	-۰/۹۲۴۵۷*	۰/۱۲۳۶۵	۰/۰۰۱	-۲۴۵۶/۱	-۰/۳۵۶۸

. اختلاف میانگین در سطح ۰/۰۵ معنی دار است*.

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

بررسی رابطه بین دو متغیر پیوسته از دو گروه غیر مرتبط می‌پردازد. جدول (۱۱)، به مقایسه میزان رضایتمندی از مولفه‌های رقابتی اقامتگاه‌های بوم‌گردی در مقایسه با هتل‌ها می‌پردازد. میانگین کل مولفه‌های رضایتمندی از خدمات اقامتگاه‌های بوم‌گردی ۳/۸۹ و میانگین کل مولفه‌های رضایتمندی از خدمات هتل‌ها نیز ۲/۶۵ بدست آمد.

مقایسه رضایتمندی گردشگران از اقامتگاه‌های بوم‌گردی

برای بررسی و اندازه‌گیری رضایتمندی گردشگران از مولفه‌های رقابت‌پذیری بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی نسبت به هتل‌ها از آزمون آماری T مستقل استفاده شده است. آزمون ذکر شده یکی از آزمون‌های پارامتریک محسوب می‌شود که به

جدول ۱۱. سنجش میزان رضایتمندی از کیفیت خدمات اقامتگاه‌های بوم‌گردی نسبت به هتل‌ها از دیدگاه گردشگران

کد اقامتگاه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین
۱ بومگردی	۳۸۴	۳/۸۹	۰/۶۵۳	۰/۵۶۱
۲ هتل‌ها	۳۸۴	۲/۶۵	۰/۴۳۲	۰/۵۱۲

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

این معنی است که واریانس این دو تقریباً یکسان می‌باشد. مقدار $0/001$ در قسمت Sig (2-tailed) نیز کمتر از $0/05$ بدست آمد که نشان از اختلاف معنادار بین رضایتمندی از خدمات اقامتگاه‌های بوم‌گردی در مقایسه با هتل‌ها دارد (جدول ۱۲).

در ادامه از آزمون تست لوین استفاده شد. در این آزمون اگر مقدار معناداری (Sig) بیشتر از $0/05$ بدست بیاید، بنابراین واریانس دو متغیر یکسان فرض می‌شود و اگر کمتر از این مقدار بدست بیاید، واریانس دو متغیر یکسان نیست. در این مقایسه رضایتمندی از خدمات اقامتگاه‌های بوم‌گردی نسبت به هتل‌ها، مقدار معناداری یا Sig عدد $0/354$ بدست آمد. این به

جدول ۱۲. نتایج آزمون تست لوین از مقایسه رضایتمندی از خدمات اقامتگاه‌های بوم‌گردی در مقایسه با هتل‌ها

	آزمون Levene برای برابری واریانس		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	درجه آزادی	Sig. (2-tailed)	تفاوت میانگین‌ها	تفاوت خطای استاندارد	اختلاف فاصله اطمینان 95%	
								حد پایین	حد بالا
واریانس‌ها یکسان فرض شده است	۲/۰۶۵	۰/۳۵۴	۱۶/۲۶	۲۰۷	۰/۰۰۱	۱/۴۲۶۵	۰/۶۵۲۱	۱/۰۱۲۴۲	۱/۴۲۵۶۳
واریانس‌ها یکسان فرض نشده است			۱۶/۲۶	۲۲۵/۲۳۱	۰/۰۰۱	۱/۴۲۶۵	۰/۶۵۲۱	۱/۰۱۲۴۲	۱/۴۲۵۶۳

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

تلویزیون یا حصار امنیتی توجه دارند. این تغییر ذائقه، نشان‌دهنده گرایش به اصالت و ساده‌زیستی در محیط طبیعی است. مزیت رقابتی اقامتگاه‌های بوم‌گردی نسبت به هتل‌ها نیز در ارائه تجربه‌های فرهنگی، استفاده از غذاهای محلی، مشارکت جوامع محلی و طراحی سازگار با محیط زیست خلاصه می‌شود.

مقایسه نتایج با یافته‌های پیشینه نشان می‌دهد که یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های Hashemi (2021)، Stronza & Gordillo (2008) تطابق دارد که بر اهمیت مشارکت فعال جوامع محلی و احیای سنت‌ها تأکید کرده‌اند. همچنین، طراحی بومی و پایدار که در این پژوهش با میانگین بالا ارزیابی شد، با مطالعات Chan & Baum (2007) همخوانی دارد که به اهمیت معماری و طراحی سازگار با محیط اشاره کرده‌اند. به لحاظ اهمیت داشتن استفاده از غذاهای بومی و محلی، به عنوان جذاب‌ترین عامل از دیدگاه گردشگران، با پژوهش‌های Mododiarkhodi et al (2002) و Weaver & Lawton (2002)

۴. بحث و نتیجه‌گیری

در این مطالعه با تمرکز بر دیدگاه گردشگران، مزیت‌های رقابتی و جذابیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی بررسی شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که اقامتگاه‌های بوم‌گردی به دلیل ارائه تجربه‌های فرهنگی و نوستالژیک، جذابیت بیشتری نسبت به سایر گزینه‌های اقامتی دارند. عوامل کلیدی جذابیت شامل استفاده از غذاهای بومی و محلی، احیای سنت‌های فرهنگی مانند حصیربافی و قالی‌بافی، طراحی بومی پایدار و مدیریت خانوادگی اقامتگاه‌ها است. این عناصر نه تنها تجربه‌ای منحصر به فرد و اصیل برای گردشگران فراهم می‌کنند، بلکه نقش مؤثری در حفظ و تقویت فرهنگ و سنت‌های محلی دارند.

همچنین نتایج نشان داد که گردشگران بیشتر به تجربه ارتباط نزدیک با طبیعت، فرهنگ محلی و شیوه‌های سنتی زندگی اهمیت می‌دهند و کمتر به امکانات رفاهی مدرن مانند

- توسعه فعالیت‌های محلی: برگزاری کارگاه‌های آموزشی سنتی مانند قلاب‌بافی، پخت غذاهای محلی و...
- برگزاری تورهای طبیعت‌گردی: ارائه تورهای پیاده‌روی یا دوچرخه‌سواری در طبیعت اطراف
- بهبود خدمات بهداشتی: ایجاد واحدهای بهداشتی و تمیز
- استفاده از شبکه‌های اجتماعی: تبلیغ در اینستاگرام و فیسبوک برای جذب گردشگران
- همکاری با شرکت‌های گردشگری: ایجاد روابط با آژانس‌های مسافرتی برای بهبود دیده شدن
- استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر: نصب پنل‌های خورشیدی و سیستم‌های جمع‌آوری آب باران
- تنوع اقامتی: ارائه گزینه‌های مختلف مانند چادرهای طبیعی، کلبه‌های چوبی و یا اتاق‌های سنتی
- ترویج محصولات محلی برای فروش محصولات دست‌ساز و مواد غذایی محلی
- ایجاد فرصت‌های شغلی: استخدام افراد محلی برای کمک به مدیریت اقامتگاه

محدودیت‌های پژوهش

این پژوهش، مانند هر مطالعه دیگری، با برخی محدودیت‌ها مواجه بوده است که آگاهی از آن‌ها می‌تواند به درک بهتر نتایج کمک کند و راهنمایی برای مطالعات آینده باشد. نخست، داده‌ها تنها از اقامتگاه‌های بوم‌گردی در محدوده جغرافیایی مشخصی گردآوری شده‌اند که ممکن است ویژگی‌ها و ترجیحات گردشگران در سایر مناطق، به دلیل تفاوت‌های فرهنگی، اقلیمی و اقتصادی، متفاوت باشد. بنابراین تعمیم نتایج به کل کشور یا مناطق دیگر باید با احتیاط انجام شود. دوم، نمونه‌گیری محدود پژوهش، شامل تعداد مشخصی از گردشگران، ممکن است باعث کاهش تنوع دیدگاه‌ها و کاهش قابلیت تعمیم‌پذیری یافته‌ها گردد. سوم، این مطالعه تنها از دیدگاه گردشگران انجام شده است و دیدگاه‌های سایر ذی‌نفعان مهم مانند مالکان اقامتگاه‌ها، جامعه محلی و مدیران گردشگری در این پژوهش مورد بررسی قرار نگرفته‌اند که می‌تواند تصویر جامع‌تر و دقیق‌تری از عوامل مؤثر فراهم آورد. همچنین، عوامل اقتصادی و بازاریابی که ممکن است تأثیر قابل

(2021) مطابقت دارد که نشان داده‌اند تجربه غذاهای محلی می‌تواند نقش کلیدی در جذب گردشگران ایفا کند. از سوی دیگر، امکانات مدرن مانند تلویزیون و ایجاد حس امنیت (با میانگین پایین‌تر) نشان‌دهنده این است که گردشگران بیشتر به دنبال تجربه اصالت و طبیعت هستند تا امکانات رفاهی مدرن. این یافته با مطالعات [Doostiirani & Basouli \(2021\)](#) همسو است که بیان می‌کنند اصالت و محیط طبیعی برای گردشگران در اولویت است. در بخش مقایسه مزیت رقابتی اقامتگاه‌های بوم‌گردی نسبت به هتل‌ها، یافته‌ها نشان داد که ارتباط نزدیک با طبیعت، ارائه غذاهای محلی و تجربه‌های فرهنگی از دلایل اصلی تمایز اقامتگاه‌های بوم‌گردی است. این نتایج با مطالعات [Chlachula et al \(2021\)](#) و [Lee et al \(2021\)](#) که بر اهمیت تعامل با طبیعت و فرهنگ محلی تأکید داشتند، مطابقت دارد.

پژوهش حاضر با ارائه دیدگاه جدیدی از منظر گردشگران، نشان می‌دهد که بازآفرینی فرهنگ‌های محلی، استفاده از طراحی بومی و ارائه تجربه‌های فرهنگی می‌تواند نقش کلیدی در افزایش جذابیت و مزیت رقابتی اقامتگاه‌های بوم‌گردی داشته باشد. این نتایج می‌تواند به سیاست‌گذاران و مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی کمک کند تا با تمرکز بر تقویت این عوامل و ارتقای کیفیت خدمات، جذابیت این اقامتگاه‌ها را افزایش داده و تجربه‌ای منحصر به فرد برای گردشگران فراهم کنند. همچنین با توجه نتایج بدست آمده می‌توان پیشنهاد داد و توصیه‌هایی برای بهبود کیفیت و جذابیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی و کمک به حفظ فرهنگ و سنت‌های محلی ارائه کرد که عبارتند از:

- تقویت ارائه خدمات رفاهی مدرن در عین حفظ اصالت سنتی برای جذب طیف وسیع‌تری از گردشگران.
- گسترش فعالیت‌های جانبی مانند برگزاری کارگاه‌های فرهنگی، تورهای طبیعت‌گردی، و فروش محصولات محلی برای افزایش تعامل گردشگران با محیط و فرهنگ محلی.
- ترویج اصول معماری پایدار و استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر برای پاسخ به تقاضای گردشگران آگاه به مسائل محیط‌زیستی.

تحلیل عوامل اقتصادی و بازاریابی: مطالعاتی که نقش قیمت‌گذاری، تبلیغات، سیاست‌های دولتی و شرایط بازار را در مزیت رقابتی و جذابیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی بررسی کنند.

مطالعات بلندمدت: انجام پژوهش‌های طولی برای رصد تغییرات در ترجیحات گردشگران، اثرات توسعه پایدار اقامتگاه‌ها و پایداری فرهنگی و محیط‌زیستی در طول زمان.

تمرکز بر فناوری‌های نوین: پژوهش در زمینه استفاده از فناوری‌های نوین مانند بازاریابی دیجیتال، واقعیت مجازی، سیستم‌های هوشمند و اینترنت اشیا در ارتقای تجربه گردشگران و افزایش جذابیت اقامتگاه‌ها.

توجهی بر مزیت رقابتی اقامتگاه‌ها داشته باشند، در این تحقیق مورد توجه قرار نگرفته است. این محدودیت‌ها می‌تواند مبنایی برای انجام تحقیقات جامع‌تر در آینده باشد.

پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی

با توجه به محدودیت‌های فوق و یافته‌های به دست آمده، پژوهش‌های آینده می‌توانند در راستای توسعه و تعمیق دانش در حوزه اقامتگاه‌های بوم‌گردی موارد زیر را مدنظر قرار دهند:

گسترش دامنه جغرافیایی و نمونه‌گیری: انجام مطالعات مشابه در مناطق مختلف کشور و حتی مقایسه بین‌المللی برای شناخت بهتر تفاوت‌ها و شباهت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی که بر جذابیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی تأثیر می‌گذارند.

بررسی دیدگاه‌های متنوع: گنجاندن نظرات مالکان اقامتگاه‌ها، اعضای جامعه محلی، مدیران و سایر ذی‌نفعان برای ارائه تصویری جامع‌تر و چندبعدی از عوامل مؤثر بر موفقیت اقامتگاه‌ها.

فهرست منابع

- Ahmadi, S., Sadeghloo, T. and Shayan, H. (2024). Analyzing the Impact of Tourism Development on the Reconstruction of Rural Areas (Case Study: Villages of Torghabeh-Shandiz City). *Journal of Rural Research*, 15(2), 260-281. (in persian)
<https://doi.org/22059/10/jrur.366442/1873/2024>.
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
<https://doi.org/1111/10/1467-00061/9523>.
- Bigné, J. E., Sánchez, M. I., & Sánchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607-616.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00035-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00035-8).
- Bowe, S. A. & Marcouiller, D. W. (2007). Alternative tourism-timber dependencies and the development of forested rural regions. *Forest Policy and Economics*, 9(6), 653-670.
<https://doi.org/1016/10/j.forpol.05/005/2006>.
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrations or vibrations? *Tourism Management*, 25(1), 71-79.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00063-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00063-3).
- Chan, E. S. W., & Baum, T. (2007). Ecotourists' Perception of Ecotourism Experience in Lower Kinabatangan, Sabah, Malaysia. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 574-590.
<https://doi.org/2167/10/jost0/679>
- Chen, C. F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>.
- Chhabra, D., Healy, R., & Sills, E. (2003). Staged authenticity and heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 702-719.
[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00044-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00044-6).
- Chlachula, J., Zhensikbayeva, N. Z., Yegorina, A. v., Kabdrakhmanova, N. K., Czerniawska, J., & Kumarbekuly, S. (2021). Territorial Assessment of the East Kazakhstan Geo/Ecotourism: Sustainable Travel Prospects in the Southern Altai Area. *Geosciences*, 11(4), 11040156.
<https://doi.org/3390/10/geosciences11040156>.
- Doostiirani, M., & Basouli, M. (2021). Demand of an eco-lodge based on understanding its benefits for the destination and the tourist's mental norms: an emphasis on the need for spiritual marketing (Case study: Eco-Lodges of Yazd City). *Journal*

- of Tourism Planning and Development, 10(38), 125-144. (in persian) <https://doi.org/22080/10/jtpd.21116/3504/2021>.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (4th ed.). Sage.
- Formica, S., & Uysal, M. (2006). Destination attractiveness based on supply and demand evaluations: An analytical framework. *Journal of Travel Research*, 44(4), 418-430. <https://doi.org/10.1177/0047287506286714>.
- Gursoy, D., & Gavcar, E. (2003). International leisure tourists' involvement profile. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 906-926. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00059-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00059-8).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Hashemi, H. (2021). Exploring the Role of Ecotourism on the Culture Domain. *Tourism of Culture*, 1(3), 51-62. (in persian) <https://doi.org/22034/10/toc.254949/1027/2020>.
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Island Press.
- Jahanian, M. and Mehdizadehardakani, M. (2021). The Factors Affecting the Increase of Tourists' Satisfaction with Eco Lodges Case Study: Eco Lodges of Damavand. *Tourism and Leisure Time*, 6(11), 155-172. (in persian) <https://doi.org/22133/10/tlj.322091/1024/2022>.
- Javan, F. and Barzegar, S. (2024). Explanation of the key drivers affecting the realization of community-oriented tourism in the development of peri-urban villages in Rasht metropolis.. *Peripheral Urban Spaces Development*, 6(4), 37-54. doi: 10.22034/jpusd.2025.488032.1323(in persian)
- Javan, F. and Jomehpour, M. (2025). Analysis of the Stability of Rural Communities with an Emphasis on Tourism Development Based on the Consumption Value of Local Foods (Case Study: Tourism Target Villages of Gilan Province). *Economic Geography Research*, 6(19), 36-53. doi: 10.30470/jegr.2025.2054543.1277(in persian)
- Kastenholz, E., Davis, D., & Paul, G. (2012). Understanding and managing the rural tourism experience—The case of a nature-based resort. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(3), 237-252. <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.656829>.
- Kim, H., Woo, E., & Uysal, M. (2015). Tourism experience and quality of life among elderly tourists *Tourism Management*, 46, 465-476. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.08/002/2014>
- Kolar, T., & Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing? *Tourism Management*, 31(5), 652-664. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.010>.
- Kontogeorgopoulos, N., Churyen, A., & Duangsaeng, V. (2014). Success factors in community-based tourism in Thailand. *Tourism Geographies*, 16(1), 37-41. <https://doi.org/10.1080/21568316.2013.852991>.
- Kwan, P., Eagles, P. F. J., & Gebhardt, A. (2008). Ecotourism patrons' characteristics and motivations. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(6), 698-721. <https://doi.org/10.1080/14724040802140576>.
- Kwan, P., Eagles, P.F.J., & Gebhardt, A. (2008). A Comparison of Ecotourism Patrons' Characteristics and Motivations Based on Price Levels: A Case Study of Belize. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(6), 698-718. <https://doi.org/1080/10/09669580802397129>.
- Lee, T. H., Jan, F.H., & Liu, J. T. (2021). Developing an indicator framework for assessing sustainable tourism: Evidence from a Taiwan ecological resort. *Ecological Indicators*, 125(4), 107596. <https://doi.org/1016/10/j.ecolind.107596/2021>.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603. <https://doi.org/10.1086/225585>.
- Mahmoodi, H., Shayan, H., Sojasi gheidari, H., Sadeghloo, T. & Minaei, M. (2022). Evaluation and prioritization of factors affecting rural tourism attraction flows in the study area: Tourism infiltration area of Mashhad. *Village and Space Sustainable Development*, 3(4), 1-21. (in persian) <https://doi.org/22077/10/vssd.5838/1148/2023>
- Mehta, H. (2007). Towards an internationally recognized ecotourism certification. *Quality assurance and certification in ecotourism*, 415-434. <https://doi.org/1079/10/0415/9781845932374>.
- Mirzadehkohshahi, M., & Dehghani, A. (2016). The role of Bandar Abbas Eco-tourism potential in attracting tourists. *journal of hormozgan cultural research review*, 6(11), 6-24. (in persian) <http://rdch.ir/article-1-81-fa.html>.
- Moayedfar, S., Dehghanpour, Z., Pakgozar, A., & Dehghani, M. (2024). Investigating the Role of Ecotourism in Sustainable Tourism and

- Preservation of Local Culture (Meybod City). *The Journal of Geographical Research on Desert Areas*, 11(2), 57-78. (in persian) <https://doi.org/22034/10/grd.21007/1599/2024>.
- Mododiarkhodi, M., Ezadbakhsh, M., & Najafi Arkhodi, E. (2021). Identifying the Factors affecting Customers' Loyalty to Ecotourism Case study: Selected accommodations in South Khorasan. *Journal of Geography and Regional Development*, 18(2), 168-139. (in persian) <https://doi.org/22067/10/jgrd.50992/0/2021>.
- Naim Abadi, N. and Javan, F. (2020). An Analysis of Factors Influencing Tourists' Stay in Mashhad Ecotourism Resorts. *Village and Space Sustainable Development*, 1(1), 69-84. doi: 10.22077/vssd.2020.3551.1004 (in persian)
- Naim Abadi, N., Javan, F. and Hojjat Shamami, S. (2023). Rural tourism and its economy on local communities (Case of study: tourist villages of Razvanshahr County). *Economic Geography Research*, 4(13), 18-31. (in persian)
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Rezvani, M. R., & Azizi, S. (2018). The impact of eco-lodges on rural development, The Second National Conference on the Sustainable Development Outlook of Rural Iran, Tehran. (in persian) <https://civilica.com/doc/923193>.
- Rezvani, M.R. (2011). *Sustainable tourism and rural development*. Tehran: Samt Publishing. (in persian)
- Richards, G. (2007). *Cultural tourism: Global and local perspectives*. New York: Haworth Press.
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>.
- Rigatti, V. (2016). How can an ecolodge become a sustainable and successful business model: Environmental, social, and economic perspectives. Unpublished thesis, Master degree of science in international tourism management. Modul University, Vienna.
- Ritchie, B. W., & Hudson, S. (2009). Understanding and meeting the challenges of consumer/tourist experience research. *International Journal of Tourism Research*, 11(2), 111-126. <https://doi.org/10.1002/jtr.721>.
- Sedikides, C., Wildschut, T., & Baden, D. (2008). Nostalgia: Past, present, and future. *Current Directions in Psychological Science*, 17(5), 304-307. <https://www.jstor.org/stable/20183308>.
- Sharpley, R. (2002). *Tourism and development: Concepts and issues*. Channel View Publications.
- Sojasi Qeidari, H., Kahnnooj, S. R. H., Solimani, Z., Shabani, B., & Wise, N. (2024). Iranian children's memorable rural tourism experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 32, 100897. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100897>.
- Stronza, A., & Gordillo, J. (2008). Community views of ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 448-468. <https://doi.org/10.1016/j.j.annals.01/002/2008>.
- Telfer, D. J., & Sharpley, R. (2008). *Tourism and Development in the Developing World*. Routledge.
- Tussyadiah, I. P., & Zach, F. (2012). The role of geo-based technology in place experiences. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 780-800. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.10.003>.
- UNWTO. (2020). *International tourism highlights: 2020 edition*. World Tourism Organization. <https://www.unwto.org/international-tourism-highlights-2020>.
- UNWTO. (2021). *Tourism and Rural Development*. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2022). *Handicrafts and cultural sustainability*. Madrid: World Tourism Organization.
- Wallace, G. N. & Pierce, S. M. (1996). An evaluation of ecotourism in Amazonas, Brazil. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 843-873. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(96\)00009-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(96)00009-6).
- Weaver, D. B. (2001). *The Encyclopedia of Ecotourism*. CABI Publishing.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2002). Overnight eco-tourist market segmentation in the Gold Coast hinterland of Australia. *Journal of Travel Research*, 40(3), 270-280. <https://doi.org/1177/10/0047287502040003005>.